

画像のタイトルの認知効果にみる印象想起と概念形成の実験的検討

Experimental Study on Impression Recall and Concept Formation through the Observation of Title Creating Process of Images

記伊 実香 (Mika Kii) 指導：松居 辰則

1. はじめに タイトルをつけるという行為は対象に対して『言いたいこと (意味内包)』を重視することであるとして [1]。したがって、人はタイトルをつけるときに、対象から得た印象を忠実に言語に表そうとするものと考えられる。本研究ではタイトルという表現を通して、印象を言語で表す過程を検証した。特にメタファーやアナロジーを含むタイトルに注目し、このような修辭的な表現の生成や受容を可能にする認知的な作用を考察した。印象を言語で表すことは、言葉ならざるものをいかにして言葉にするかを意味する。印象の概念化の特徴を捉えることで、人が主体的に言語を用いて心象を表す方法を提示できると期待した。

2. 実験方法 典型的な自然物の特徴として、輪郭線が複雑かつ短いという特徴がある [2]。典型的な人工物の特徴として、輪郭線が直線のかつ長いといった特徴がある [2]。この特徴を備えた自然物と人工物の画像を刺激に、タイトル生成課題や印象評価を実施した (図1, 図2)。

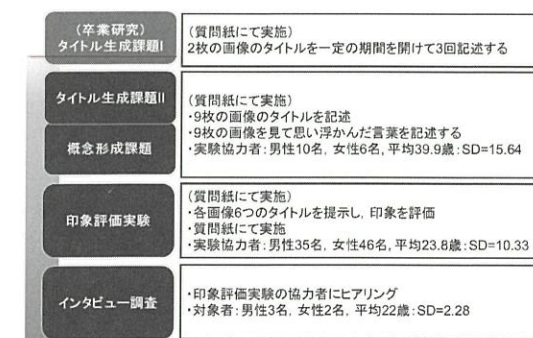


図1 実施した実験および概要

自然物の例		人工物の例	
提示した画像	提示したタイトル	提示した画像	提示したタイトル
	1. 石の休息 2. 昼寝 3. のびやか 4. 穏やかな時間 5. 石の親子、昼寝から目覚める 6. 石		1. メガネの行進 2. 兵隊 3. 堂々 4. 顔色の時間 5. メガネの兵隊が通り行く 6. メガネ

図2 実験刺激の例 (印象評価実験にて提示した画像とタイトル)

3. タイトル生成課題・概念形成課題の結果

人工物との比較では、自然物はタイトルに使用した語と概念形成課題で回答した語とが一致 (図3の「直接」) しやすく、かつ概念形成課題で



図3 各課題で記述された語の参照関係

回答した語とのタイトルと関連が推察できない表現 (図3の「断絶」) の検出数が高かった。メタファーを含むタイトルに限定すると、概念操作や語の属性に関する特徴が観察された。

4. 印象評価実験の結果 メタファーを含むタイトル表現の特徴を備えたタイトルは、対象の名称のみのタイトルと明らかに異なる反応が得られた。特に感覚形容語を含むタイトルは各画像間の相関が強かった (図4)。

また、全画像において自然物と人工物間において負の相関を示した。因子分析を実施したところ、皮膚など直接的な感覚に関連する語は同じ因子に含まれた。また、運動の状態が類似する語においても同じ因子に含まれた。

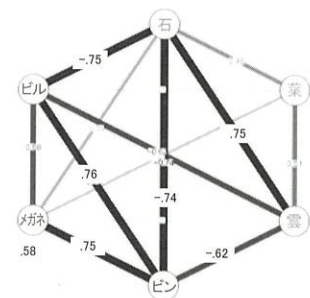


図4 感覚形容語を含むタイトルにおける各画像間の相関関係

5. 考察 印象を言語で表したり言語表現から印象を得たりするプロセスには対象物の上位属性が影響する。言語表現から受ける印象は、これに加えて感覚や身体性に関する語が持つ意味が印象に優位に作用する。このことは、概念化が日々の五感や情緒・感情、運動感覚といったものに基づくとして述べた深田 [3] の主張を支持する。人は潜在的に最も関連性のある情報に注意を払って処理する認知的関連性の原理に従うとされている [4]。タイトルに関する情報処理についてもこの原理に従うものと考えられる。したがって、対象物の属性や、身体性を含む感覚全般に関する語は、印象の概念化に関する認知的処理に作用することが指摘できる。このような作用を意識して言語を扱うことで、人は印象を効果的に伝えたり、あるいは対象への印象を共有しやすくなることが期待できる。

- [1] 宮下誠『梨のかたちをした三つの小品』あるいは音楽におけるタイトル論への一視座 (2006) 現代詩手帖, vol.49, no.3, pp.10-26.
- [2] 田島研究室によるこそ：画像インタフェース線特徴による自然物と人工物の識別 http://www.nsc.nagoya-cu.ac.jp/~tajima/natural_artifact.html (2016年12月3日参照)。
- [3] 深田智・仲本康一郎 講座 認知言語学のフロンティア③ 概念化と意味の世界 認知意味論のアプローチ (2008) 研究社。
- [4] D.スペルベン・D.ウィルソン著、内田聖二・中達俊明・宋南先・田中圭子訳 関連性理論 (第2版) —伝達と認知— (1993) 研究社出版。